

Zusammenfassung der Diploma-Arbeit

Das Schaffhauser Blauburgunderland – ***Ein Weinbaukanton positioniert sich neu***

1. Motivation für die Arbeit

Schaffhauser Wein wurde (und wird z.T. noch heute) in der Schweiz mit „Hallauer“, einem günstigen, säuerlichen Trinkrotwein ohne Ansprüche, gleichgesetzt. Durch die Änderungen der Marktbedingungen vor mehr als 10 Jahren lief die lokale Weinbranche grosse Gefahr, sich ohne wesentliche Veränderung ins definitive „Aus“ zu manövrieren. Die Autorin, selbst in Schaffhausen aufgewachsen, konnte darum über die letzten Jahre selber beobachten, wie sich die Winzer und deren Branchenverband um Qualität bemühten sowie die Strukturen und die Positionierung des Schaffhauser Weines zusammen mit dem Tourismus in neue, erfolgreiche Bahnen leiten.

2. Fragestellung / Zielsetzung

Die Neuausrichtung der Schaffhauser Weinwirtschaft als "Schaffhauser Blauburgunderland" wird allgemein als Erfolgsmodell gewertet. In einem ersten Schritt sollen in der Arbeit die Beweggründe, Erfolgsfaktoren und die erreichten (Zwischen-) Ziele genauer analysiert und bezüglich den vier grundlegenden Problemen sowie der definierten Zielgruppen abgeglichen werden. Als zweite Zielsetzung verfolgt die Arbeit die Erarbeitung der Zukunftsschritte, mit denen das bisher Erreichte verstärkt, ergänzt und langfristig ausgebaut werden kann. Die konkreten Entwicklungsprojekte und -vorschläge sollen bezüglich Zielsetzungen und -gruppen bewertet und aus verschiedenen, externen Blickwinkeln aus der Weinbranche betrachtet werden. Als letztes Ziel soll dem Leser ein operativer Erfolgsmesskriterienkatalog sowie konkrete Handlungsempfehlungen abgegeben werden.

3. Methodik

Die Autorin stützt Ihre Analyse, Bewertung und Handlungsempfehlungen auf verschiedensten Quellen ab. Basis bildet eine reichhaltige Auswahl an schriftlichen Unterlagen aus Fachbüchern, Referatsunterlagen, Arbeitspapieren, Fachstatistiken, Broschüren und Presseartikeln sowohl aus der lokalen wie auch der Weinfachpresse. Die reichhaltigsten Quellen für die Arbeit bildeten aber die diversen persönlichen, tiefgehenden Interviews mit bekannten Exponenten und Fachexperten aus der Weinbranche in Schaffhausen aber auch aus dem Rest der Schweiz, um einen möglichst breiten Blick auf die Materie werfen zu können.

4. Inhalt

Die Arbeit setzt sich aus folgenden 4 Themenbereichen zusammen:

- 1) Beleuchtung der Neupositionierung und Aufbau der neuen Strukturen:
 - a. Geschichte und Weinfakten der Region Schaffhausen
 - b. Entwicklungsschritte vom „Beerliwein“ zum Qualitätslabel „Schaffhauser Blauburgunderland“, inkl. der fünf Meilensteine des "Branchenverbandes Schaffhauser Wein" (BVSW)

- 2) Analyse und Bewertung des Status Quo des Schaffhauser Weins:
 - a. Definition der vier Problemkreise und Zielgruppen des Schaffhauser Weins
 - b. Detailanalyse und Bewertung
- 3) Skizzieren der Zukunftsprojekte mit praktischen Beispielen und Analyse aus verschiedenen Blickwinkeln:
 - a. Auflistung und Analyse der zukünftigen Ausbaubereiche; dies umfasst sowohl bereits bestehende als auch selber entwickelte Projekte
 - b. Kritische Betrachtung der Zukunft des Schaffhauser Weins und des BVSWs aus verschiedenen Blickwinkeln
 - c. Aufstellen von operative Bewertungskriterien als Erfolgsmessgrössen
- 4) Persönliche Schlussfolgerungen und Fazit mit fünf konkreten Handlungsempfehlungen

5. Fazit

Die vielfältigen Schaffhauser Bemühungen für einen Wandel in Ihrer Weinwirtschaft können zusammenfassend als Erfolgsmodell betrachtet werden. Der Wandlungsprozess ist erfolgreich gestartet, die ersten Erfolge lassen sich sehen und zeigen, dass mit viel Willen, den richtigen Personen am richtigen Ort, sowie mit geschicktem Einsatz genügender Mittel, ein grosses Problem angepackt und korrigiert werden kann.

Die Analyse der Autorin zeigt aber auch, dass man erst auf halbem Weg ist und die Voraussetzungen für die nächsten Schritte in die richtige Richtung weisen. Als persönliche Quintessenz sollte sich das Schaffhauser Blauburgunderland auf folgende fünf Punkte konzentrieren:

1. Die nationale Marktbearbeitung muss nach dem lokalen Erfolg nun mit hoher Priorität an die Hand genommen werden. Weder das nationale Publikum noch die nationale Gastro-Szene setzt auf Schaffhauser Qualität; nur Kenner wissen die reichlich prämierten Schaffhauser Weine zu schätzen.
2. „Hallauer Beerliwein“ stellt einen starken Markenname dar, dessen Image wohl kaum zu ändern ist. Da es aber günstiger Massenwein ist, ergibt sich eine schlechte Marge für den Produzenten. Eine Neupositionierung war bis jetzt nur beim Qualitätswein erkennbar, hingegen macht dieser in Schaffhausen nur 20% der Produktion aus – kann somit auch nur von einem 20% Erfolg des Schaffhauser Blauburgunderlandes gesprochen werden? Der Fokus muss deshalb klar auf der Steigerung der Produktionsmenge beim Qualitätswein liegen, denn nur dort kann das neu aufgebaute Image greifen und die Margen sind in diesem Segment eindeutig grösser, was die Wirtschaftlichkeit und schlussendlich das Überleben der einzelnen Produzenten langfristig sichern kann.
3. Ist der erfolgreiche Name „Blauburgunderland“ trotz allem ein Hindernis? Generell werden Weine dieser Traubensorte im Premium-Bereich als „Pinot Noir“ verkauft. Nur in der Deutschschweiz ist der Name „Blauburgunder“ bekannt und charakterisiert eigentlich das Mittelsegment (vor dem „Klevner“, welche die tiefste Qualitätsstufe dieser Traubensorte bezeichnet). Das heisst, der Schaffhauser Pinot Noir alias Blauburgunder verkauft sich unter seinem Wert, resp. lässt sich wegen seines Namens international gar nicht „korrekt“ verkaufen.
4. Der Fokus für die Zukunft muss eindeutig bei den „Leuchtturmprojekten“ liegen: nur mit einem „grossen Wurf“ kann ein „Starprojekt“ hohe Wellen werfen und eine grosse Ausstrahlung erreichen, welches sich an der Einzigartigkeit der Reben, Natur und Landschaft bedient und trotzdem verkehrsgünstig liegt.
5. Als absolute Priorität muss die Schaffung eines Qualitätsgütesiegels sein (z.B. ein Label oder eine Banderole). Nur so kann ein einzigartiges Wiedererkennungsmerkmal aufgebaut werden, welches Vertrauen, Sicherheit und wiederkehrenden Konsum schafft.